Ley 21473

SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS, VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS

MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS

Fecha Publicación: 10-AGO-2022 | Fecha Promulgación: 29-JUL-2022
Tipo Versión: Única De : 10-AGO-2022
Url Corta: https://bcn.cl/34e3m



LEY NÚM. 21.473

SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS, VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente proyecto de ley iniciado por mociones refundidas de los Honorables Senadores señores Pedro Araya Guerrero y Alfonso De Urresti Longton, y de los exsenadores señores Antonio Horvath Kiss y Baldo Prokuriça Prokuriça, y en moción de los Honorables Senadores señores Juan Antonio Coloma Correa, Alfonso De Urresti Longton y Jaime Quintana Leal y de los exsenadores señores Antonio Horvath Kiss e Ignacio Walker Prieto,

Proyecto de ley:

"LEY SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS, VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo 1°.- Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer requisitos, limitaciones, prohibiciones y sanciones con el propósito de regular la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía urbana o de quienes concurren a un espacio público, sea que tales elementos se emplacen en bienes públicos o privados, a fin de velar por la seguridad vial y de minimizar el impacto que dichos elementos generan en su entorno.

Para tales efectos, las instalaciones de elementos publicitarios deberán contar con las autorizaciones y permisos que les sean exigibles, cumpliendo con los requisitos y prohibiciones que para cada caso se establecen en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

Artículo 2°.- Ámbito de aplicación. La presente ley se aplica respecto de los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde:

a) Caminos públicos situados fuera de los límites urbanos.
b) Vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo.
c) Vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.
d) Otros espacios públicos urbanos, tales como plazas y parques.
e) El interior de unidades habitacionales, bien sea de forma directa o indirecta.

Artículo 3°.- Definiciones. Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

a) Avisador Publicitario Vial o Caminero: Toda persona natural o jurídica que

desarrolle actividades de publicidad vial o caminera, visible desde los caminos públicos o vías urbanas del país y que se encuentre inscrito en el Registro de Avisadores Viales y Camineros.

b) Avisos a contramano: Publicidad vial o caminera presentada en letreros ubicados en el lado izquierdo de la pista de circulación vehicular.

c) Camino, Ruta o Vía de Belleza Escénica: Vía de comunicación terrestre, o tramos de ella, emplazados en una zona o sector, sea urbano o rural, de alto valor paisajístico o turístico, que requiere un tratamiento diferenciado, destinado a preservar y proteger tales cualidades.

d) Camino público: Vía de comunicación terrestre, destinada al libre tránsito, situada fuera de los límites urbanos de una población y cuyas fajas son bienes nacionales de uso público.

e) Curva horizontal: Cambio en la dirección del trazado del camino.

f) Curva vertical: Cambio en la pendiente de la rasante del camino.

g) Elementos publicitarios: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, con el objeto de captar la atención de quienes transitan por un camino público, vía urbana o de quienes concurren a un espacio público.

h) Elementos publicitarios menores: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que no requieren de una estructura propia, que forman parte de una edificación y que no generan un volumen adicional en cubiertas o terrazas ni un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. Corresponden principalmente a los elementos adosados o sobrepuestos a las fachadas de una edificación y aquellos que formen parte del mobiliario urbano existente, tales como los instalados en paraderos de transporte público, en quioscos o en postes del alumbrado público.

i) Elementos publicitarios mayores: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que requieren de una estructura propia, tales como postes, placas paleta, torres o tótems, o que forman parte de una edificación generando un volumen adicional en cubiertas o terrazas o un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. También son elementos publicitarios mayores los que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de las mismas.

j) Estética panorámica: Condición de armonía visual que presentan, en conjunto, los distintos componentes del paisaje ubicado en la cercanía de un camino público o vía urbana.

k) Faja vial: Espacio de dominio público de caminos públicos o de vías urbanas, incluyendo calzadas, soleras, veredas, aceras, bandejón central, bermas y todo aquello que se encuentre delimitado por los cercos de los caminos públicos, en áreas rurales, o por las líneas oficiales, en áreas urbanas.

l) Ordenanza Local de Propaganda y Publicidad: Normas generales y obligatorias, aprobadas por la municipalidad correspondiente, aplicables para la instalación de los elementos publicitarios referidos en esta ley. Dicha ordenanza debe sujetarse al marco fijado por las leyes y reglamentos pertinentes, lo que incluye la posibilidad de especificar, precisar o complementar aquellas materias respecto de las cuales esta ley admite el establecimiento de normas locales, relacionadas con el control del impacto urbano de dichos elementos, tales como las referidas en las letras b) y e) del artículo 11, en el inciso final del artículo 26 y en el artículo 33, entre otras.

m) Publicidad del establecimiento: Aquella que realizan empresas o personas en el lugar en que se encuentra el establecimiento comercial o industrial que explotan y que da cuenta de sus productos o servicios.

n) Publicidad vial o caminera: Elementos publicitarios y, en general, cualquier otra forma de anuncio que contenga imágenes o textos, visibles desde caminos públicos o vías urbanas.

ñ) Puntos peligrosos: Aquellas singularidades o sectores del camino público o vías urbanas que, por sus condiciones geométricas y operativas, de visibilidad, tránsito de peatones, ciclistas o vehículos, requieren una mayor atención del

conductor, tales como:

1. Los pasos desnivelados.
2. Las intersecciones, empalmes y rotondas.
3. Los cruces de caminos públicos y vías urbanas con vías férreas u otras similares.
4. Los puentes, pasarelas peatonales y túneles.
5. Las curvas horizontales y verticales.
6. Las zonas de escuela, servicios asistenciales de salud u otras zonas con presencia significativa de usuarios vulnerables.
7. Sectores con altas tasas de accidentabilidad.

o) Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros: Sistema de información permanente y actualizado, con datos de las personas naturales o jurídicas interesadas en desempeñarse como avisadores publicitarios viales, tanto en el ámbito de los caminos públicos, como en el de las vías urbanas del país. Este sistema debe contener, al menos, todos los antecedentes que los identifiquen, junto con el historial de solicitudes, infracciones, multas y demás datos relevantes para la aplicación de la presente ley.

p) Vía urbana: Espacio destinado al tránsito, ubicado dentro de los límites urbanos.

q) Vía urbana declarada camino público: Vía de comunicación terrestre ubicada dentro de los límites urbanos, que se conecta en sus extremos con caminos públicos y que haya sido declarada camino público mediante decreto supremo.

Artículo 4°.- Régimen aplicable. Para la instalación de un elemento publicitario, sea en un bien nacional de uso público, bien fiscal, bien municipal o bien privado, se requiere del permiso de instalación que regulan los artículos 9°, 10, 11, 12, 13 y 14 otorgado por la Dirección de Obras Municipales, previo pago de los derechos municipales correspondientes que procedan por este concepto.

Los elementos publicitarios que sean visibles desde caminos públicos, rurales o urbanos, o desde vías públicas urbanas deben contar además con los informes técnicos favorables a los que se refiere el artículo 6°.

Lo anterior es sin perjuicio de que, para el otorgamiento de permisos de instalación de elementos publicitarios en el espacio público, también se requiere obtener previamente de la municipalidad respectiva la concesión o el permiso precario para el uso de dichos espacios, en conformidad a lo establecido en el artículo 36 del decreto con fuerza de ley N° 1, del Ministerio del Interior, de 2006, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley Nº 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades. La municipalidad está facultada para cobrar derechos por estas concesiones o permisos precarios, distintos de los derechos municipales que deben pagarse por los permisos de instalación de elementos publicitarios, en concordancia con lo establecido en el artículo 41 del decreto supremo N° 2.385, del Ministerio del Interior, de 1996, que fija texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales.

Con todo, sólo podrá otorgarse permiso de instalación cuando no exista prohibición expresa para el emplazamiento de elementos publicitarios.

Artículo 5°.- Prohibiciones. Se prohíbe la instalación de elementos publicitarios con las condiciones, características o ubicaciones siguientes:

a) En la faja vial de un camino público.

b) En la faja vial de una vía urbana. Con todo, podrá autorizarse la instalación de elementos publicitarios menores en las aceras de las vías urbanas siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación y en la medida que se adecúe a la restricción dispuesta en el artículo 97 del decreto con fuerza de ley N° 1, de los Ministerios de Transportes y

Telecomunicaciones y de Justicia, promulgado el año 2007 y publicado el año 2009, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.290, de Tránsito. Asimismo podrá autorizarse dichos elementos en bandejones y medianas, tratándose de elementos publicitarios instalados en paraderos o refugios peatonales de transporte público.

c) En puntos peligrosos, o a menos de la distancia mínima respecto de los mismos, definida en los reglamentos respectivos. De igual manera, aquellos que no cumplan con el distanciamiento mínimo entre letreros sucesivos establecido por dichos reglamentos. La determinación de los puntos peligrosos y de los distanciamientos mínimos corresponderá a la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, en el caso de los caminos públicos, y a la Subsecretaría de Transportes, en el caso de las vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.

d) A contramano, sin perjuicio de lo dispuesto en la letra b) del presente artículo.

e) Que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, con excepción de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25. Se prohíben también los elementos publicitarios cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

f) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares y en las pantallas móviles o instaladas en un elemento móvil, que presenten imágenes distintas a las establecidas en el artículo 25.

g) Los ubicados sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica y a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o Superintendencia del ramo.

h) Los que por su dimensión y/o ubicación obstaculicen la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) En los antejardines, esto es, en el área entre la línea oficial y la línea de edificación, regulada en el instrumento de planificación territorial. Con todo, podrá autorizarse la instalación de elementos publicitarios menores en estos espacios, siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación.

j) En áreas de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

TÍTULO I
PERMISOS DE INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Artículo 6°.- De los informes técnicos favorables relacionados con la seguridad vial. Previo al ingreso ante la Dirección de Obras Municipales de la solicitud de permiso a que se refiere el artículo 9°, el interesado deberá obtener el informe técnico favorable de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos. Asimismo, tratándose de elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, deberá obtener el informe técnico favorable de la Dirección de Tránsito municipal, y en el caso de que ésta no existiera de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que corresponda. Lo anterior, con el objeto de verificar que tales elementos no constituyen un peligro para la seguridad vial. En ambos casos, el correspondiente informe técnico favorable constituye un requisito indispensable para el otorgamiento del referido permiso de instalación.

Para este efecto, las autoridades mencionadas en el inciso anterior, según corresponda, deberán verificar, dentro de cuarenta y cinco días contados desde el ingreso de la solicitud de informe técnico favorable, que los elementos publicitarios propuestos cumplen con las exigencias y obligaciones relacionadas con la seguridad vial y no infringen las prohibiciones establecidas en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

En el caso de que la Dirección Regional de Vialidad, la Dirección de Tránsito o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, verifiquen algún incumplimiento en las materias cuya revisión les compete, deberá rechazar la solicitud requerida.

Si se presentaren dos solicitudes de informe técnico favorable respecto de un mismo punto o espacio físico, tendrá prioridad aquella que, cumpliendo con todos los requisitos a que se refiere el inciso segundo de este artículo, haya sido presentada primero, de acuerdo al número y fecha de ingreso que se les haya asignado en el servicio respectivo.

Artículo 7°.- De la fiscalización en materia de seguridad vial. Para efectos de la aplicación de esta ley, la fiscalización permanente de todo elemento publicitario, cuente o no con el informe técnico favorable señalado en el artículo anterior, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, a la Dirección de Tránsito o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda.

Artículo 8°.- Declaración de Caminos o Rutas de Belleza Escénica. La Dirección Regional de Vialidad, con consulta a la Subsecretaría de Turismo o a petición de esta última, podrá declarar como Caminos o Rutas de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°, conforme al procedimiento que se establezca en el reglamento de esta ley, dictado a través del Ministerio de Obras Públicas.

Igual declaración podrá ser hecha a solicitud de organizaciones de la sociedad civil, en aplicación del reconocimiento que hacen los artículos 69 y siguientes del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.575, orgánica constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado. El reglamento regulará la forma en que dichas asociaciones podrán presentar las solicitudes.

Los elementos publicitarios que se instalen en Caminos o Rutas de Belleza Escénica deberán resultar armónicos con esta condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine el reglamento respectivo.

La Dirección Regional de Vialidad podrá, por resolución fundada y previo informe de la Dirección Regional del Servicio Nacional de Turismo, rechazar la autorización si considera que el elemento publicitario puede perjudicar la estética panorámica de un camino público situado fuera de los límites urbanos, cuando hayan sido declarados Caminos o Rutas de Belleza Escénica de conformidad al presente artículo.

Artículo 9°.- Solicitud de permiso de instalación ante la Dirección de Obras Municipales. Emitido el informe técnico favorable por parte de la Dirección Regional de Vialidad, de la Dirección de Tránsito o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, podrá solicitarse el permiso de instalación de elemento publicitario.

Los interesados deberán solicitar el permiso correspondiente a la Dirección de Obras Municipales respectiva, en la forma y acorde a los requisitos establecidos en la presente ley y en las normas contenidas en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 10.- Exigencias para el otorgamiento del permiso de instalación. La Dirección de Obras Municipales deberá verificar que el elemento publicitario propuesto cumpla con las exigencias en lo que corresponda al ámbito de su competencia y en lo que sea aplicable en cada caso. Adicionalmente, la Dirección de Obras Municipales respectiva deberá verificar que el elemento publicitario cuyo permiso de instalación se solicita:

a) No infrinja las prohibiciones establecidas en el artículo 5°.
b) Se emplace en un predio de propiedad del solicitante, lo que se acreditará mediante declaración jurada. En caso que el inmueble no sea de propiedad del solicitante, la declaración jurada deberá ser extendida por el o los propietarios del inmueble, debiendo contener la autorización expresa para la instalación de elementos publicitarios. Con todo, ambas declaraciones juradas deberán contener la individualización del inmueble respectivo. En el caso de copropiedad inmobiliaria, deberá adjuntarse copia del acta de la asamblea de copropietarios o de la consulta por escrito y su aceptación por parte de los copropietarios, en ambos casos reducida a escritura pública, en la que se acordó la instalación del elemento publicitario en un bien común. En caso que el permiso se solicite para la instalación de un elemento publicitario en un bien nacional de uso público, será necesario adjuntar copia de la resolución o decreto alcaldicio de concesión para su ocupación o del permiso precario que otorgue la municipalidad respectiva, conforme a lo señalado en el artículo 4°.
c) Cumpla con las normas urbanísticas de la zona en que se emplace, considerando que el instrumento de planificación territorial puede prohibir o limitar el emplazamiento de este tipo de elementos en determinadas zonas.
d) Cumpla con las normas relativas a la seguridad, resistencia y estabilidad, considerando factores tales como seguridad contra incendio, resistencia al viento, resistencia de la estructura de los elementos soportantes y sus fundaciones, comportamiento de materiales, normas de instalaciones y sistemas.
e) No altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.
f) No altere significativamente el entorno en el que pretende emplazarse, conforme a lo establecido en el artículo siguiente.

Artículo 11.- Control del impacto que los elementos publicitarios provocan en el entorno urbano. La Dirección de Obras Municipales podrá rechazar el permiso de instalación de elemento publicitario si determina que éste podría alterar significativamente el entorno en el que pretende emplazarse. Para efectos de lo anterior, la Dirección de Obras Municipales deberá considerar, en los supuestos que fueren aplicables, el cumplimiento de los siguientes requisitos mínimos:

a) Los elementos publicitarios no podrán superar la altura máxima de edificación establecida por el respectivo instrumento de planificación territorial, sea que contemplen una estructura soportante desde el nivel del suelo o se instalen sobre edificaciones existentes. Además, deberán cumplir con el mismo régimen de rasantes aplicable a las edificaciones.
b) Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o autorreflexión o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no podrán emplazarse en las zonas residenciales exclusivas determinadas por el instrumento de planificación territorial ni en las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas. Tampoco podrán emplazarse en aquellas zonas, subzonas o vías públicas que restrinja para tal efecto la ordenanza local de propaganda y publicidad. En aquellas zonas en las que sí estén permitidos este tipo de elementos publicitarios, deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.
c) Los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de

remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas, sólo podrán autorizarse por un período que no exceda al de ejecución de dichas obras, el cual no podrá ser superior a tres meses. Dicha autorización sólo podrá ser renovada una vez y por el mismo plazo señalado. Ejecutadas las obras o vencido el plazo correspondiente y atendido el carácter provisorio de este elemento publicitario, éste deberá ser completamente retirado. Sólo podrá otorgarse un nuevo permiso de este tipo, en el mismo inmueble, cuando hayan transcurrido tres años desde el vencimiento del permiso anterior.

La limitación de plazo establecida en el párrafo precedente no regirá respecto de las obras de restauración o conservación de monumentos nacionales, de inmuebles de conservación histórica o, en general, de inmuebles que formen parte de un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, en cuyo caso los referidos elementos publicitarios podrán permanecer por todo el período de ejecución de las obras, aunque éste sea superior a tres meses, previa autorización del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

d) Para el emplazamiento de elementos publicitarios en áreas de protección de recursos de valor patrimonial cultural, se deberá contar con la autorización de la autoridad respectiva. En el caso de zonas e inmuebles declarados monumentos nacionales, en cualquiera de sus categorías, tal autorización deberá otorgarse por el Consejo de Monumentos Nacionales. En el caso de las zonas e inmuebles de conservación histórica definidos en los instrumentos de planificación territorial, tal autorización deberá otorgarse por la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. En ambos casos, la autoridad respectiva deberá velar porque el elemento publicitario no altere ni ponga en riesgo las características que justificaron la protección de dichas zonas e inmuebles, tales como el carácter ambiental y propio de ciertas poblaciones o lugares, su aspecto típico y pintoresco, el estilo arquitectónico general de dicha zona, los valores culturales de una localidad o inmueble y la relación armónica que se establece entre una obra arquitectónica que constituye un hito de significación urbana y su entorno.

e) La ordenanza local de propaganda y publicidad podrá declarar, como Vías de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°. Los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde ellas deberán resultar armónicos con dicha condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine la referida ordenanza local. La Dirección de Obras Municipales deberá rechazar la autorización si el elemento publicitario no cumple con lo establecido en la referida ordenanza local de propaganda y publicidad.

f) Respecto de los elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos o desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, la superficie máxima de avisaje de cada elemento será de 96, 48, 24 y 12 metros cuadrados, respectivamente. En las vías definidas como vías de servicio o locales sólo estará permitido el emplazamiento de elementos publicitarios menores.

Lo establecido en este artículo es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la ordenanza local de propaganda y publicidad, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 12.- Entrega de garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario. En forma previa al otorgamiento del permiso, el avisador publicitario deberá entregar en la Dirección de Obras Municipales de la comuna donde se ubique el correspondiente elemento publicitario mayor, una póliza de seguro, caución u otro tipo de garantía de carácter irrevocable, a nombre de la municipalidad respectiva, pagadera a la vista o que pueda ejecutarse en un plazo no superior a diez días desde el requerimiento de pago, que garantice el retiro de dicho elemento.

Para determinar el monto a garantizar, la municipalidad deberá considerar el

tipo de estructura y superficie del elemento publicitario; su ubicación y emplazamiento; el número total de elementos publicitarios que dicho avisador tuviere autorizados en la comuna; y las características o dificultades asociadas a la eventual gestión de retiro por parte de la municipalidad, tales como la necesidad de contratar maquinaria especializada o que se trate de labores que requieran ser ejecutadas por personal distinto de los funcionarios municipales, entre otras particularidades.

Esta garantía se hará efectiva en caso de que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la municipalidad respectiva, con cargo a esta garantía, en conformidad a lo señalado en el artículo 20, debiendo de inmediato el avisador renovarla en los términos establecidos en este artículo.

Artículo 13.- Validez de la garantía presentada con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público. La garantía referida en el artículo precedente no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores respecto de los cuales la municipalidad respectiva haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos asociados al retiro de la publicidad de dichos elementos, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 36 de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior.

Artículo 14.- Otorgamiento del permiso. La Dirección de Obras Municipales otorgará el permiso si la solicitud cumple con las disposiciones establecidas en la presente ley, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones y en el respectivo instrumento de planificación territorial y en la ordenanza local de propaganda y publicidad, previa entrega de la correspondiente garantía y previo pago de los derechos municipales correspondientes a las obras provisorias, conforme al número 3 de la tabla contenida en el inciso primero del artículo 130 del decreto con fuerza de ley N° 458, del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, promulgado el año 1975 y publicado el año 1976, que aprobó la nueva Ley General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 15.- Reclamación ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. Si el permiso fuere denegado o si la Dirección de Obras Municipales no se pronunciare por escrito sobre éste, dentro del plazo de treinta días contado desde la presentación de la solicitud, el peticionario podrá reclamar ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo correspondiente, en los términos establecidos en los incisos tercero, cuarto y quinto del artículo 118 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 16.- Remisión de copia de los permisos. Para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras Municipales deberá remitir mensualmente copia de los permisos otorgados, tanto a los Servicios que dieron su informe técnico favorable como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

Artículo 17.- Naturaleza de los permisos, plazo y caducidad por falta de instalación. Los permisos de instalación de elementos publicitarios serán intransferibles, tendrán carácter precario y podrán otorgarse por un plazo máximo de tres años, con las excepciones contempladas en la letra c) del artículo 11.

Sin perjuicio de lo anterior, el permiso caducará cuando hubieren transcurrido

más de ciento ochenta días desde la fecha de su otorgamiento por la Dirección de Obras Municipales, sin que se hubiere instalado.

Lo señalado en los incisos anteriores es sin perjuicio de la posibilidad que la municipalidad, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios, establezca otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.

Artículo 18.- Renovación de los permisos. El plazo de vigencia del permiso podrá ser renovado, previa solicitud ingresada a la Dirección de Obras Municipales, a lo menos con treinta días de anticipación a su vencimiento.

En tal supuesto, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley y exigir que se acompañe un pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad, de la Dirección de Tránsito o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, en el que se acredite fundadamente que no han existido variaciones en las circunstancias que permitieron a dicho órgano dar su conformidad para la instalación cuya prórroga se solicita y que, como consecuencia de lo anterior, tales elementos mantienen su condición de no constituir un peligro para la seguridad vial.

Artículo 19.- Revocación de los permisos. A solicitud de parte interesada y por motivos fundados relacionados con la falta de cumplimiento de la normativa aplicable, la Dirección de Obras Municipales podrá revocar un permiso ya conferido y proceder con los trámites para obtener el retiro del elemento.

Artículo 20.- Obligación de retiro de los elementos publicitarios y facultad para disponer del auxilio de la fuerza pública. Vencido el plazo de vigencia del permiso de instalación o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, deberá procederse al retiro del elemento publicitario, dentro del plazo máximo de treinta días contado desde el vencimiento del plazo de vigencia o desde la revocación del permiso. Los costos relacionados con dicho retiro serán de cargo del avisador.

Para el caso de que el avisador no efectúe el retiro en el plazo otorgado, el Director de Obras Municipales, en uso de sus facultades legales, deberá efectuar la correspondiente denuncia ante el juzgado de policía local competente, para que éste, de acuerdo con el procedimiento establecido en la ley N° 18.287, ordene el retiro de los elementos publicitarios por la municipalidad respectiva, con cargo a la garantía constituida.

La municipalidad podrá requerir del Delegado Presidencial Regional o Provincial el auxilio de la fuerza pública, el que podrá ser otorgado con facultades de allanamiento y descerrajamiento, a fin de retirar los elementos publicitarios que no cumplan con lo dispuesto en la legislación vigente.

Lo indicado en el inciso anterior es sin perjuicio de la facultad del alcalde para ordenar la demolición o el retiro de los elementos publicitarios, con el auxilio de la fuerza pública si fuere necesario, o imponer las multas o sanciones que correspondan, en conformidad a las disposiciones de la Ley General de Urbanismo y Construcciones y su Ordenanza General, y de las facultades entregadas a la Dirección de Vialidad en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley Nº 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.

Artículo 21.- Responsabilidad por eventuales daños a terceros y obligación de la municipalidad de arbitrar los medios para efectuar oportunamente el retiro. Los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueren retirados dentro del plazo

correspondiente, aun cuando el juzgado de policía local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro, con cargo a la garantía constituida.

Sin perjuicio de lo anterior, el hecho de que la municipalidad no sea responsable civilmente por tales daños no obsta a que deba arbitrar los medios necesarios para efectuar oportunamente dicho retiro.

Artículo 22.- Expropiación del terreno en que se encuentre instalado el elemento publicitario. En caso de expropiación del terreno en que se encuentre instalado un elemento publicitario, el avisador estará obligado a retirarlo a su cargo y sin derecho a indemnización de ninguna especie, quedando de hecho caducado el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales.

TÍTULO II
TITULAR DEL PERMISO Y REGISTRO NACIONAL DE AVISADORES VIALES Y CAMINEROS

Artículo 23.- Titular del permiso de instalación. Los permisos de instalación de elemento publicitario sólo pueden ser solicitados y otorgados a personas naturales o jurídicas que se encuentren con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 en los casos en que el titular del establecimiento requiera la obtención del correspondiente permiso de instalación.

Artículo 24.- Del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros. Créase un único Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros para los efectos de lo dispuesto en el artículo precedente, a cargo de la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, y en el cual se inscribirán todas las personas naturales o jurídicas cuyo giro o actividad guarde relación con la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía pública o de quienes concurren a un espacio público. Este Registro contendrá todos los antecedentes que identifiquen a los avisadores, junto con el historial de solicitudes, infracciones, multas y demás datos relevantes para la aplicación de esta ley.

Aquellos avisadores que sean sancionados con la eliminación del Registro, conforme a las disposiciones del Título IV, sólo podrán solicitar su reinscripción transcurrido un plazo de dos años, debiendo acreditar nuevamente los requisitos indicados en este artículo.

TÍTULO III
DE LAS CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS DE LA PUBLICIDAD VIAL

Artículo 25.- Condiciones mínimas que debe cumplir todo elemento publicitario. Sin perjuicio de los requisitos específicos que reglamentariamente se establezcan para determinadas instalaciones, todo elemento publicitario deberá cumplir las siguientes condiciones mínimas:

a) Ser de tipo provisorio y desmontable.

b) Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no deberán causar distracción o deslumbramiento a los conductores en tránsito.

c) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares no podrán proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico. Únicamente podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta.

d) Los elementos publicitarios señalados en las letras b) y c) de este artículo deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.

e) Los elementos publicitarios deberán colocarse fuera de la faja vial, a la distancia del cerco o la línea oficial que el avisador estime conveniente y previa aprobación de la autoridad competente, siempre que la estructura y su proyección vertical no sobrepasen la línea de cercos o la línea oficial, en caso de vías urbanas. Lo anterior, a excepción de lo señalado en la letra b) del artículo 5°.

f) Los elementos publicitarios no podrán complementar, imitar, interferir o afectar la debida percepción de las señales del tránsito ni entorpecer el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

g) Los elementos publicitarios deberán ser mantenidos en un óptimo estado de conservación, limpieza y seguridad.

h) Los elementos publicitarios deberán identificar el avisador al cual pertenece dicho elemento.

Artículo 26.- Distancia mínima respecto de un punto peligroso y distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos. La distancia mínima entre un elemento publicitario y alguno de los puntos peligrosos definidos en el artículo 3° será determinada por los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38, lo que dependerá de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de cada vía o camino.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 600 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior es sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 1 del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad del camino o como resguardo de su belleza escénica.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrá ser inferior a 300 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior, sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 2 del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de la vía; o los que pudiere establecer la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad, para controlar el impacto en el entorno urbano que provocan estos elementos.

Artículo 27.- Contenido transitorio relacionado con la seguridad vial o campañas de bien público. Los elementos publicitarios, instalados y con permiso vigente, que transitoriamente no presenten contenido publicitario, podrán exhibir mensajes alusivos a la seguridad vial o a cualquier otra campaña de bien público.

TÍTULO IV
DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 28.- Procedimiento sancionatorio. Las contravenciones de esta ley o de sus reglamentos serán sancionadas conforme al procedimiento establecido en la ley

N° 18.287, y será competente para conocer y resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario.

Lo anterior es sin perjuicio de lo establecido en los artículos 19, 20 y primero transitorio y en los artículos 20 y siguientes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, respecto a las infracciones de dicha ley, de la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones o de los instrumentos de planificación territorial, y sin perjuicio de lo establecido en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley Nº 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.

Artículo 29.- Infracciones. Las conductas que constituyan contravenciones de esta ley y/o de sus reglamentos se calificarán en gravísimas, graves, menos graves o leves, conforme al siguiente detalle:

1. Infracciones gravísimas:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 respecto de los elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor sin contar con el correspondiente permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales respectiva.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, sin contar con la autorización previa del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en la faja vial de un camino público o de una vía urbana, o bien, sobrepasar con su estructura o con la proyección vertical del elemento, la línea de cercos o la línea oficial del respectivo camino o vía.

f) Instalar o mantener un elemento publicitario a contramano, en un punto peligroso o a menos de la distancia mínima respecto de tales puntos, establecida por reglamento.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica o a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o por la Superintendencia del ramo.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario que, por su dimensión o ubicación, obstaculice la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) Instalar o mantener un elemento publicitario que no cumpla con las normas de seguridad contra incendio, de resistencia al viento, de resistencia de los elementos soportantes y sus fundaciones, de comportamiento de materiales, de instalaciones o sistemas u otras normas técnicas.

j) Instalar o mantener un elemento publicitario que altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de ellos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.

k) Incurrir en tres infracciones graves dentro de un período de dos años o cinco leves, menos graves o graves en un año.

2. Infracciones graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que causen distracción o deslumbramiento a los conductores y usuarios de las vías.



b) Instalar o mantener un elemento publicitario que complemente, imite, interfiera o afecte la debida percepción de las señales del tránsito o entorpezca el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en el espacio público, sin haber obtenido previamente la concesión o el permiso precario para el uso de dicho espacio, por parte de la municipalidad respectiva.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar, en una zona residencial exclusiva determinada por el instrumento de planificación territorial, incluidas las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a ellas, o bien, en una zona, subzona o vía pública restringida para tal efecto por la ordenanza local de propaganda y publicidad.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario que supere la altura máxima de edificación establecida por el instrumento de planificación territorial o que no cumpla el régimen de rasantes u otra norma urbanística de la zona en que éste se emplace que le fuere aplicable.

f) No efectuar oportunamente el retiro de los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor que pueda ser visto desde una vía pública urbana declarada como camino público o desde una vía definida como vía expresa, troncal o colectora, cuya superficie de avisaje supere la superficie máxima admitida para tales vías.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor destinado a ser visto desde una vía de servicio o local.

i) No efectuar el retiro de un elemento publicitario dentro del plazo máximo de treinta días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde su revocación.

j) Haber garantizado el retiro de un elemento publicitario mediante una caución o garantía que, al momento de requerirse su ejecución por parte de la municipalidad respectiva, no se encuentre vigente o que no cubra los costos de dicho retiro.

k) Incurrir en cinco infracciones leves o menos graves dentro de un período de dos años.

3. Infracciones menos graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, salvo que se trate de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25.

b) Mostrar o proyectar, en un elemento publicitario o en elementos publicitarios sucesivos, anuncios que constituyan una serie o que representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

c) Mostrar o proyectar en caminos públicos, sean urbanos o rurales, la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con la autorización expresa del propietario del predio en que éste se emplaza, lo que incluye la autorización de la asamblea de copropietarios, en el caso de elementos que se emplacen en un bien común de un condominio acogido al régimen de copropiedad inmobiliaria.

e) No dar cumplimiento a la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento, respecto de un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar y que se encuentre emplazado en una zona en la que esté permitido este tipo de elementos publicitarios. Esta infracción se considerará grave en caso de que la intensidad luminosa nocturna afecte el descanso de quienes habitan en unidades habitacionales desde las cuales pueda verse dicho elemento publicitario.



f) Incumplir la distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos que fuere aplicable.

g) Incumplir algún requisito específico distinto de los exigidos por esta ley, establecido en alguno de los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el instrumento de planificación territorial o en la ordenanza local de propaganda y publicidad.

h) Incurrir en cinco infracciones leves dentro de un período de dos años.

4. Infracciones leves:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en un antejardín.

b) Instalar un elemento publicitario cuando ya hubiere transcurrido el plazo de caducidad contemplado en el artículo 17.

c) No mantener un elemento publicitario en óptimo estado de conservación y limpieza.

d) No identificar, en el elemento publicitario, el avisador al cual pertenece.

Artículo 30.- Sanciones. La sanción que corresponda aplicar a cada infracción se determinará, según su gravedad, dentro de los siguientes rangos:

1) Las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias mensuales y/o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro.

2) Las infracciones graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro.

3) Las infracciones menos graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 5 a 20 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

4) Las infracciones leves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 1 a 5 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

Artículo 31.- Responsabilidad solidaria. Serán solidariamente responsables de las infracciones a la presente ley tanto el avisador como quien haya contratado sus servicios, cuando se trate de elementos publicitarios instalados por avisadores no inscritos en el Registro.

Artículo 32.- Comunicación de sanciones. Las sanciones y multas cursadas conforme a la presente ley deberán ser comunicadas al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, en un plazo de quince días contado desde que el acto se encuentre ejecutoriado.

TÍTULO V
REGÍMENES ESPECIALES Y FACULTAD PARA IMPARTIR INSTRUCCIONES

Artículo 33.- Elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble. Los elementos publicitarios cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento deberán cumplir únicamente con las exigencias de seguridad vial e impacto en el entorno establecidas en la presente ley y en sus reglamentos, así como las disposiciones que la Ordenanza Local de Propaganda y Publicidad establezca respecto a este tipo de elementos publicitarios.

En caso de elementos publicitarios mayores, los titulares de los establecimientos deberán solicitar el correspondiente permiso de instalación de elemento publicitario y rendir la garantía de retiro establecida en artículo 12.
Si estos elementos publicitarios mayores se instalan en la proximidad de los establecimientos para dar aviso de su ubicación o de la ubicación de puntos de atracción turística regionales y son visibles desde caminos públicos regionales, la garantía a que se refiere el artículo 12 podrá ser reducida hasta en un 50%, por resolución fundada de la Dirección de Obras Municipales, previa aprobación de la Dirección de Vialidad.

Artículo 34.- Publicidad electoral. La propaganda y publicidad electoral se regirá por la ley N° 18.700, orgánica constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios.

Artículo 35.- Facultad para impartir instrucciones. Corresponderá a los Ministerios de Obras Públicas, de Vivienda y Urbanismo y de Transportes y Telecomunicaciones impartir instrucciones para la aplicación de las disposiciones de esta ley, en lo que corresponda a sus respectivos ámbitos de competencia y de manera coordinada con el resto de los ministerios involucrados, pudiendo suscribir circulares conjuntas cuando la materia tratada así lo requiera.

TÍTULO FINAL
DISPOSICIONES ESPECIALES

Artículo 36.- Cómputo de plazos. Los plazos de días que se establecen en la presente ley son de días hábiles.

Artículo 37.- Valor de la unidad tributaria mensual. Las cantidades numéricas que representan unidades tributarias a que se refiere esta ley serán las correspondientes al mes de enero de cada año.

Artículo 38.- Normas reglamentarias. Para la aplicación de esta ley se dictarán las siguientes normas:

1. Un reglamento expedido a través del Ministerio de Obras Públicas, que regulará lo concerniente a las normas de seguridad vial que deberán cumplir los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde caminos públicos, urbanos o rurales, especialmente en lo que respecta a la determinación de puntos peligrosos y distanciamientos mínimos, sea respecto de dichos puntos o entre elementos publicitarios sucesivos. Asimismo, regulará el procedimiento para obtener la autorización señalada en el artículo 6° y la fiscalización de los mencionados elementos publicitarios en lo que respecta a la seguridad vial. Finalmente, regulará el procedimiento para declarar un camino como Camino o Ruta de Belleza Escénica.
2. Un reglamento expedido a través del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, firmado también por el Ministro de Obras Públicas, que regulará los aspectos concernientes a las normas de seguridad vial que deberán cumplir los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos, especialmente en lo que respecta a la determinación de puntos peligrosos y distanciamientos mínimos, sea respecto de dichos puntos o entre elementos publicitarios sucesivos. Asimismo, regulará el procedimiento para obtener la autorización señalada en el artículo 6° y la fiscalización de los mencionados elementos publicitarios en lo que respecta a la seguridad vial.
3. Una modificación al decreto supremo N° 47, del Ministerio de Vivienda y

Urbanismo, de 1992, que fija nuevo texto de la Ordenanza General de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, que regulará el procedimiento para el otorgamiento de permisos de instalación de elementos publicitarios por parte de las Direcciones de Obras Municipales. Asimismo, esta modificación podrá establecer requisitos específicos relacionados con el control del impacto que los elementos publicitarios provoquen en el entorno urbano.

Artículo 39.- Introdúcense las siguientes modificaciones en el decreto con fuerza de ley Nº 850, del Ministerio de Obras Públicas, promulgado el año 1997 y publicado el año 1998, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 15.840, de 1964, y del decreto con fuerza de ley N° 206, del Ministerio de Hacienda, de 1960:

a) Insértase, en el artículo 25, el siguiente inciso final:

"Tanto un camino nacional como uno regional podrá ser declarado camino o ruta de belleza escénica, entendiéndose por tal, aquella vía de comunicación terrestre, o tramos de la misma, emplazada en una zona de alto valor paisajístico o turístico y que requiere un tratamiento diferenciado, sea de diseño, mantención, operación o señalización, destinado a preservar y proteger esas cualidades.".

b) Reemplázase el artículo 38, por el siguiente:

"Artículo 38.- Se prohíbe la instalación de elementos publicitarios en la faja vial de los caminos públicos.
La instalación de elementos publicitarios que puedan ser vistos desde los caminos públicos deberá ser autorizada por el Director Regional de Vialidad, en conformidad a la normativa aplicable y obteniendo el correspondiente permiso de instalación de elemento publicitario por parte de la Dirección de Obras Municipales respectiva.
Las Señales de Servicio, de Atractivo Turístico y de Monumentos Nacionales se regirán por el Manual de Señalización de Tránsito.
Toda infracción a las disposiciones de los incisos precedentes será sancionada por el organismo competente respectivo, señalado en la Ley sobre Publicidad Visible desde Caminos, Vías o Espacios Públicos, en conformidad a la ley y a los reglamentos dictados al efecto, sin perjuicio de que la Dirección Regional de Vialidad proceda al retiro inmediato de los mencionados elementos publicitarios.".

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo primero.- Vigencia. Una vez que entren en vigencia los reglamentos a que se refiere el artículo 38, los avisadores publicitarios que se encuentren desarrollando dicho giro tendrán un plazo de dos años para obtener o regularizar su inscripción en el Registro respectivo y para entregar la garantía señalada en el artículo 12. Transcurrido este plazo sin efectuar las gestiones pertinentes, caducarán los permisos otorgados para instalación de elementos publicitarios que tengan vigentes.
Deberá procederse al retiro de los elementos publicitarios que se encuentren instalados a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley y que no cuenten con autorización de instalación obtenida en conformidad a la normativa vigente a la época de su instalación.
Las pantallas con tecnología electrónica o similares deberán ajustarse a los requisitos contemplados en las letras b) y c) del artículo 25, desde que la presente ley entre en vigencia. En la misma oportunidad será exigible la obligación contenida en la letra h) de dicho artículo.
Los elementos publicitarios que cuenten con autorización de instalación tendrán un plazo de un año, contado desde la entrada en vigencia de los reglamentos

a que se refiere el artículo 38, para ajustarse a la normativa de seguridad vial de la presente ley. Transcurrido este plazo sin que se efectúe la regularización respectiva, se procederá a arbitrar las medidas para el retiro de dichos elementos, con excepción de aquellos que hayan sido declarados Monumento Histórico conforme a la ley N° 17.288, los que, en todo caso, deberán mantenerse en óptimo estado de conservación, limpieza y seguridad, conforme a lo establecido en las normas generales de esta ley.

Artículo segundo.- Plazo para dictar los reglamentos. Los reglamentos señalados en el artículo 38 serán dictados dentro de los ciento veinte días siguientes a la fecha de la entrada en vigencia de esta ley.

Artículo tercero.- Plazo para dictar la ordenanza local de propaganda y publicidad. Las municipalidades que, a la fecha de publicación de esta ley, no hubieren dictado la ordenanza local de propaganda y publicidad referida en el numeral 5) del artículo 41 del decreto N° 2.385, de 1996, del Ministerio del Interior, que fija el texto refundido y sistematizado del decreto ley Nº 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales, deberán aprobarla en el plazo máximo de un año, contado desde la publicación de esta ley.

Las municipalidades que hubieren dictado la ordenanza referida deberán adaptarla a las disposiciones de esta ley en el plazo señalado en el inciso anterior.".

Habiéndose cumplido con lo establecido en el Nº 1 del artículo 93 de la Constitución Política de la República y por cuanto he tenido a bien aprobarlo y sancionarlo; por tanto, promúlguese y llévese a efecto como Ley de la República.

Santiago, 29 de julio de 2022.- GABRIEL BORIC FONT, Presidente de la República.- Juan Carlos García Pérez de Arce, Ministro de Obras Públicas.- Izkia Siches Pastén, Ministra del Interior y Seguridad Pública.- Carlos Montes Cisternas, Ministro de Vivienda y Urbanismo.- Juan Carlos Muñoz Abogabir, Ministro de Transportes y Telecomunicaciones.

Lo que transcribo a Ud. para su conocimiento.- Saluda Atte. a Ud., José Andrés Herrera Chavarría, Subsecretario de Obras Públicas.

Tribunal Constitucional

Proyecto de ley sobre publicidad visible desde caminos, vías o espacios públicos, correspondiente a los Boletines N°s 9.686-09 y 10.209-09 (refundidos)

La Secretaria del Tribunal Constitucional, quien suscribe, certifica que el Honorable Senado de la República envió el proyecto de ley enunciado en el rubro, aprobado por el Congreso Nacional, a fin de que este Tribunal ejerciera el control de constitucionalidad respecto de los artículos 4°; 6°; 7°; 8°; 9°; 10; 11; 12; 14; 18; 19; 20, inciso segundo; 28, inciso primero; 33, inciso final y 39 letra b), del proyecto de ley; y por sentencia de 14 de julio de 2022, en los autos Rol N°13.182-22-CPR.

Se declara:

I. Que las siguientes disposiciones contenidas en el proyecto de ley sobre publicidad visible desde caminos, vías o espacios públicos, correspondiente a los boletines N° 9.686-09 y 10.209-09 (Refundidos), son conformes con la Constitución Política:

1. Artículo 4°, incisos primero y tercero



2. Artículo 20, inciso segundo
3. Artículo 28, inciso primero, en la frase "y será competente para conocer y resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario"

Acordada la declaración de ley orgánica constitucional del artículo 4, inciso tercero, del proyecto de ley, con el voto dirimente del Presidente del Tribunal Constitucional, Ministro señor Cristián Letelier Aguilar, de conformidad con lo previsto en el artículo 8°, literal g), de la Ley N° 17.997, Orgánica Constitucional del Tribunal Constitucional.

II. Que no se emite pronunciamiento, en examen preventivo de constitucionalidad, de las restantes disposiciones del proyecto de ley, por no regular materias reservadas a la Ley Orgánica Constitucional.

Santiago, 15 de julio de 2022.- María Angélica Barriga Meza, Secretaria.